

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Prevalensi Kekurangan Energi Protein (KEP)

Kekurangan Energi Protein (KEP) merupakan keadaan kurang gizi yang disebabkan oleh rendahnya konsumsi energi dan protein dalam makanan sehari-hari. Menurut Depkes (2008) KEP adalah suatu keadaan kurang gizi tingkat berat pada anak berdasarkan indeks berat badan menurut tinggi badan (BB/TB) <-3 atau ditemukannya tanda klinis marasmus, kwashiorkor dan marasmus kwashiorkor sehingga tidak memenuhi angka kecukupan gizi. Penderita KEP memiliki berbagai macam keadaan patologis yang disebabkan oleh kekurangan energi maupun protein dalam proporsi yang bermacam-macam. Akibat kekurangan tersebut timbul keadaan KEP pada derajat yang ringan sampai yang berat (Adriani dan Wijatmadi, 2016).

Riset Kesehatan Dasar tahun 2018 menunjukkan proporsi status gizi buruk dan status gizi kurang balita pada tahun 2018 mengalami penurunan menjadi 17,7% jika dibandingkan dengan tahun 2013 yang mencapai 19,6% (Risikesdas, 2018) Namun angka 17,7% masih berada diatas rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) tahun 2015-2019 yang menargetkan 17%. Lebih lanjut hasil Studi Status Gizi Indonesia (SSGI) tahun 2022 menunjukkan bahwa prevalensi gizi kurang (*wasted*) peningkatan yaitu 7,7% sedangkan pada 2021 yaitu 7,1 %. Angka 7,7 % berada diatas rencana aksi progam kesehatan masyarakat tahun 2020-2024 yang menargetkan prevalensi balita gizi kurang (*wasted*) sebesar 7%.

Penyebab langsung dari KEP adalah Kekurangan asupan gizi dan adanya penyakit infeksi. Seorang anak yang menderita diare atau demam dapat menderita kekurangan gizi walaupun anak tersebut mendapatkan asupan makanan yang cukup baik. Demikian dengan anak tidak tercukupi jumlah dan mutunya dalam makanannya akan mengakibatkan daya tahan tubuhnya melemah. Menurut Supariasa (2013), seorang anak dengan keadaan yang demikian akan mudah terinfeksi yang dapat mengurangi nafsu makan, sehingga menderita gizi buruk.

B. Tatalaksana KEP

Penatalaksana balita KEP berdasarkan fase, terdapat 10 tindakan pelayanan yang disajikan pada tabel 1.

Tabel 1 Tindakan Pelayanan Balita KEP Menurut Fase

No	Tindakan Pelayanan	Fase Stabilisasi		Fase Transisi	Fase Rehabilitasi	Fase Tindak Lanjut
		Hari 1-2		Hari 3-7	Minggu 2-6	Minggu 7-26
1	Mencegah dan mengatasi hipoglikemia	→	→			
2	Mencegah dan mengatasi hipotermia	→	→			
3	Mencegah dan mengatasi dehidrasi	→	→			
4	Memperbaiki gangguan keseimbangan elektrolit				→	
5	Mengobati infeksi	→			→	→
6	Memperbaiki kekurangan zat gizi mikro		tanpa Fe		dengan Fe	
7	Memberikan makanan untuk fase stabilisasi dan transisi	→		↘	→	→
8	Memberikan makanan untuk tumbuh kejar				→	→
9	Memberikan stimulasi untuk tumbuh kembang	→				→
10	Mempersiapkan untuk tindak lanjut dirumah			→	→	

Sumber : Pencegahan dan Tatalaksana Gizi Buruk pada Balita, 2020.

1. Fase Stabilisasi

Fase stabilisasi merupakan fase awal perawatan yang umumnya berlangsung 1-2 hari, tetapi dapat berlanjut sampai satu minggu sesuai kondisi klinik anak. Pemantauan pada fase stabilisasi dilakukan dengan mencatat tanda-tanda vital (denyut nadi, frekuensi pernafasan, suhu badan), tanda-tanda

bahaya, derajat edema, asupan formula, frekuensi defekasi, konsistensi feces, volume urine dan berat badan.

2. Fase Transisi

Fase transisi adalah masa peralihan dari fase stabilisasi ke fase rehabilitasi dengan tujuan memberi kesempatan tubuh untuk beradaptasi terhadap pemberian energi dan protein yang semakin meningkat. Pemantauan pada fase transisi sama seperti pada fase stabilisasi.

3. Fase Rehabilitasi

Fase ini dapat diberikan di layanan rawat jalan maupun rawat inap. Fase ini adalah fase pemberian makanan untuk tumbuh kejar. Pemberian energi sebesar 150-220 kkal/kgBB/hari dalam bentuk F100 atau RUTF, bertahap ditambah makanan yang sesuai berat badan. Umumnya berlangsung selama 2-4 minggu. Kemajuan terapi dinilai dari kenaikan berat badan setelah fase transisi dan mendapat F100 atau RUTF.

C. Nugget

Berdasarkan SNI 7758 (2013), nugget ikan merupakan produk olahan menggunakan lumatan daging ikan yang dicampur dengan bahan pengikat dan bahan lainnya. Sedangkan menurut Akhmad (2019) nugget ikan adalah suatu bentuk produk olahan dari daging ikan giling dan diberi bumbu-bumbu serta dicampur dengan bahan pengikat lalu dicetak menjadi bentuk tertentu, dicelupkan ke dalam batter dan breading kemudian digoreng atau disimpan terlebih dahulu dalam ruang pembeku atau freezer sebelum digoreng. Daging ikan berasal dari ikan segar yang telah dibuang kepala, sisik, kulit, sirip, isi perut dan insang serta telah dipisahkan dari tulangnya.

Nugget ikan yang baik adalah mempunyai nilai kimia sesuai dengan persyaratan yang telah ditetapkan oleh SNI 7758:2013 sebagai berikut :

Tabel 2. Persyaratan Mutu dan Keamanan Nugget Ikan

No	Kriteria Uji	Satuan	Persyaratan
1.	Sensori	-	Min 7 (Skor 3-9)
2.	Kimia		
	- Kadar air	%	Maks 60,0
	- Kadar abu	%	Maks 2,5
	- Kadar protein	%	Min 5,0
	- Kadar lemak	%	Maks 15,0
3.	Cemaran mikroba		
	- Alt	Koloni/g	Maks 5 x 10
	- <i>Escherichia coli</i>	APM/g	<3
	- <i>Salmonella</i>	-	Negatif/25 g
	- <i>Vibrio cholerae</i>	-	Negatif/25 g
	- <i>Staphylococcus aureus</i>	Koloni/g	Maks 1 x 10
4	Cemaran Logam		
	- Kadmium (Cd)	Mg/kg	Maks 0,1
	- Merkuri (Hg)	Mg/kg	Maks 0,5
	- Timbal (Pb)	Mg/kg	Maks 0,3
	- Arsen (As)	Mg/kg	Maks 1,0
	- Timah (Sn)	Mg/kg	Maks 40
5	Cemaran Fisik		
	- Filth	-	0

Sumber : SNI 7758:2013

D. Komposisi Nugget Ikan

1. Daging Ikan Patin

Ikan patin (*Pangasius sp*) merupakan salah satu jenis ikan air tawar yang paling banyak dibudi dayakan di Indonesia. Ikan patin termasuk jenis ikan yang tergolong memiliki kadar protein yang tinggi (Silaban et al., n.d, 2017). Bentuk tubuh dari ikan patin yaitu memanjang sedikit pipin, berwarna putih perak dengan punggung berwarna kebiruan, tidak memiliki sisik, sirip yang terletak pada dubur relatif panjang dan terdiri dari 30-33 jari lunak, enam jari-jari lunak yang terdapat pada sirip dibagian perut, kepala ikan patin relatif kecil dengan mulut terletak di ujung kepala sedikit kebawah dan termasuk ciri khas catfish (Suhara, 2019)

Tabel 3. Perbandingan nilai gizi jenis ikan air tawar

Komposisi	Jenis Ikan Air Tawar		
	Ikan Patin	Ikan Mas	Ikan Gabus
Energi	132	86	80
Protein	17	16	16,2
Lemak	6,6	2	0,5
Karbohidrat	1,1	-	2,6
Kalsium	31	20	170
Kalium	346	65	254

Sumber : TKPI 2019

Ikan patin memiliki cita rasa yang khas dan mengandung tinggi protein dan rendah lemak jenuh yang baik dikonsumsi oleh segala usia. Ikan patin juga merupakan sumber penting asam lemak omega 3, selenium dan taurin yang berfungsi untuk merangsang pertumbuhan dan perkembangan sel otak terutama bagi balita dan anak-anak. Selain itu kandungan vitamin dan mineral yang terdapat pada ikan patin cukup besar dibandingkan dengan jenis ikan tawar lainnya (Afrinis et al., 2018)

2. Jamur Tiram Putih

Jamur tiram putih (*Pleurotus ostreatus*) adalah jamur pangan dengan tudung mirip cangkang tiram dengan bagian tengah agak cekung dan berwarna putih hingga krem. Permukaan tudung jamur tiram putih licin, dan tepiannya bergelombang. Diameternya mencapai 3-20 cm. Spora berbentuk batang berukuran (8-11) x (3-4) μm (Wiardani, 2010).

Kandungan gizi jamur tiram putih memiliki kadar protein yang tinggi dengan asam amino yang lengkap, termasuk asam amino esensial yang dibutuhkan tubuh. Selain itu jamur tiram putih mengandung vitamin B1, B2 dan beberapa garam mineral dari unsur-unsur Ca, P, Fe, Na dan K. Kandungan serat jamur mulai 7,4% sampai 27,6% sangat baik bagi pencernaan (Sumarmi, 2006).

Tabel 4. Perbandingan Kandungan Asam Amino Esensial Jenis Jamur Pangan

Jenis Asam Amino	Jenis Jamur			
	Jamur Tiram	Jamur Merang	Jamur Kancing	Jamur Shitake
Leusin	7,5	4,5	7,5	7,9
Isoleusin	5,2	3,4	4,5	4,9
Valin	6,9	5,4	2,5	3,7
Triptopan	1,1	1,5	2,0	1,1
Lisin	9,9	7,1	9,1	3,9
Treonin	6,1	3,5	5,5	5,9
Fenialanin	3,5	2,6	4,2	5,9
Metionin	3,0	1,1	0,9	1,9
Histidin	2,8	3,8	2,7	1,9
Total	46,0	32,9	38,9	36

Sumber : Zairin Thomy (2004)

Jamur tiram mengandung asam amino yang tinggi dibandingkan dengan jenis jamur pangan lainnya. Jumlah total asam amino pada jamur tiram juga hampir sepadan dengan telur ayam 47,1 gr/ 100 gr (Thomy, 2004).

3. Tepung Maezena

Tepung Maizena merupakan salah satu jenis tepung yang terbuat dari hasil pati jagung. Pada umumnya tepung maizena mengandung amilopektin sebesar 74-76% dan amilosa sebesar 24-26%. Tepung maizena memiliki beberapa sifat seperti: mempunyai rasa yang tidak manis, tidak larut pada air dingin, dapat membentuk gel yang bersifat kental jika dilarutkan dalam air panas (Putri et al., 2018). Penelitian yang dilakukan oleh Ariandi (2007), dengan judul penelitian "Pengaruh Rasio Penggunaan Tepung Terigu dan Tepung Maizena terhadap Kadar Protein dan Tekstur Nugget Kaki Ayam" menunjukkan bahwa semakin tinggi penggunaan tepung maizena dapat menurunkan kadar protein namun memberikan tekstur renyah pada nugget.

4. Tepung Terigu

Tepung terigu juga mengandung protein dalam bentuk gluten, yang berperan dalam menentukan kekenyalan makanan yang terbuat dari bahan terigu. Tepung terigu memiliki kadar pati yang cukup tinggi yaitu 70% dan kadar protein sebesar 10% yang dapat membantu pembentukan maktriks gel protein-pati. Kandungan gluten yang tinggi pada tepung terigu mampu menyerap air lebih banyak sehingga dapat membentuk adonan yang kompak serta membuat nugget tampak berisi (Nugraha, n.d.)

5. Telur Ayam

Menurut Umar Umar et al. (2001) menyatakan bahwa telur merupakan salah satu bahan makanan yang memiliki nilai gizi tinggi dan lengkap serta mudah untuk dicerna. Penambahan telur pada pembuatan nugget berfungsi agar adonan menjadi kompak dan padat, pemberi rasa lezat, menambah nilai gizi dan memberi tekstur adonan yang kenyal.

6. Bawang Putih

Bawang putih merupakan salah satu komoditi pangan yang digunakan sebagai penyedap rasa. Bawang putih mengandung zat kimia allisin yang dapat berfungsi sebagai pemberi aroma dan antimikroba (Thalib, 2019a). (Ningrum, 2013), menyatakan bahwa allisin pada bawang putih dapat memberikan aroma dan sebagai antimikroba sehingga dapat memperpanjang umur simpan makanan yang diolah.

7. Lada

Lada merupakan jenis bahan tambahan yang banyak dimanfaatkan sebagai bumbu dapur karena aroma dan rasa lada sangat khas. Lada memiliki

kandungan yaitu alkaloid, resin, protein, selulosa, pati, mineral, dan lain-lain (Thalib, 2019). Lada juga merupakan salah satu bahan pangan yang memberikan rasa pedas serta aroma yang khas pada makanan. (Syakir et al., 2017).

8. Gula Pasir

Gula juga dapat berfungsi sebagai pengawet karena mengikat kadar air dalam bahan pangan sehingga dapat mengurangi pertumbuhan mikroorganisme (Astawan, dalam Aini 2020). Penambahan gula berfungsi untuk memberi rasa manis dan dapat berfungsi sebagai pengawet yang dalam konsentrasi tinggi.

9. Garam

Garam merupakan salah satu bahan tambahan makanan yang memiliki karakteristik berwarna putih dan berbentuk kristal. Penambahan garam berfungsi sebagai penambah cita rasa khususnya rasa asin dan juga dapat sebagai pengawet alami (Ningrum, 2013).

10. Tepung Panir

Tepung panir merupakan jenis tepung yang digunakan untuk memanis makanan. Tepung panir biasanya digunakan sebagai pelapis permukaan produk berbahan dasar daging yang dibekukan seperti nugget. Tepung panir yang bagus memiliki tekstur yang kering, tidak berbau tengik, tidak menggumpal, serta tidak dalam pembuatan nugget, tepung panir digunakan untuk memberikan warna kuning keemasan dan tekstur yang renyah (Triadhi, 2018). Penambahan tepung panir pada nugget memberikan pengaruh terhadap tekstur nugget (Zulkarnain, 2013).

E. Kesesuaian Label dan Kemasan Produk

1. Label

Label merupakan salah satu bagian dari sebuah produk. Label terdiri dari keterangan yang direpresentasikan dengan kata-kata maupun berupa gambar dimana perannya ialah sebagai sumber informasi mengenai produk tersebut lengkap dengan penjualnya. Label pada produk umumnya memang berupa nama atau singkatnya merek produk. Menurut Marimus (2002), label merupakan suatu bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau penjualnya. Tujuan Label adalah sebagai berikut.

- a. Memberi informasi tentang isi produk yang diberi label tanpa harus membuka kemasan.
- b. Berfungsi sebagai sarana komunikasi produsen kepada konsumen tentang hal hal yang perlu diketahui oleh konsumen tentang produk tersebut, terutama hal-hal yang kasat mata atau tak diketahui secara fisik.
- c. Memberi petunjuk yang tepat pada konsumen hingga diperoleh fungsi produk yang optimum.
- d. Sarana periklanan bagi produsen.
- e. Memberi rasa aman bagi konsumen.

Label bukan hanya sebagai alat prnyampain informasi, namun juga berfungsi sebagai iklan dan branding sebuah produk. Menurut kotler (2000), fungsi label adalah sebagai berikut :

- a. Label mengidentifikasi produk atau merek.
- b. Label menentukan kelas produk.
- c. Label menggambarkan beberapa hal mengenai produk (siapa pembuatnya, dimana dibuat, kapan dibuat, apa isinya, bagaimana menggunakannya, dan bagaimana menggunakan secara aman).
- d. Label mempromosikan produk lewat aneka gambar yang menarik.

2. Kemasan

Kemasan adalah desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Kemasan digunakan untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifika si dan membedakan sebuah produk di pasar Klimchuk dan Krasovec (2006). Kemasan yang dirancang dengan baik dapat membangun ekuitas merek dan mendorong penjualan. Kemasan adalah bagian pertama produk yang dihadapi pembeli dan mampu menarik atau menyingkirkan pembeli. Pengemasan suatu produk biasanya dilakukan oleh produsen untuk dapat merebut minat konsumen terhadap pembelian barang.

Banyak perusahaan yang sangat memperhatikan pembungkus suatu barang karena menganggap bahwa fungsi kemasan tidak hanya sebagai pembungkus, tetapi jauh lebih luas dari pada itu. Menurut Simamora (2007) pengemasan mempunyai dua fungsi yaitu:

- a. Fungsi Protektif

Berkenaan dengan proteksi produk, perbedaan iklim, prasarana transportasi, dan saluran distribusi yang semua berimbas pada pengemasan. Dengan pengemasan protektif, para konsumen tidak perlu harus menanggung risiko pembelian produk rusak atau cacat.

b. Fungsi Promosional

Peran kemasan pada umumnya dibatasi pada perlindungan produk. Namun kemasan juga digunakan sebagai sarana promosional. Menyangkut promosi, perusahaan mempertimbangkan preferensi konsumen menyangkut warna, ukuran, dan penampilan

F. Pemasaran Produk

Bauran Pemasaran terdiri dari segala sesuatu yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya. Unsur-unsur dalam bauran pemasaran (marketing mix) dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok utama yang dikenal dengan 4 P yaitu:

1. Produk (Product)

Produk merupakan unsur pertama dan paling penting dalam bauran pemasaran. Masing-masing produk diidentifikasi melalui merek yang berbeda untuk membedakannya dari pesaing dengan menggunakan nama, istilah, tanda, simbol, rancangan atau kombinasi dari hal-hal itu.

2. Harga (Price)

Harga merupakan suatu elemen marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan elemen-elemen lainnya hanya menimbulkan biaya. Karena menghasilkan penerimaan penjualan, maka harga mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan, serta share pasar yang di dapat oleh perusahaan (Assauri, 2004).

3. Tempat (Place)

Menurut Kotler dan Armstrong (2000:55) tempat adalah "Place includes company activities that make product available to target consumers." Artinya "Tempat termasuk kegiatan-kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran." Place atau tempat merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian kepada para konsumen dan dimana lokasi yang strategis.

4. Promosi (Promotion)

Menurut Philip Kotler promotion tools didefinisikan sebagai berikut:

a. Advertising (Periklanan)

Suatu promosi barang atau jasa yang sifatnya non personal dilakukan oleh sponsor yang diketahui.

b. Personal selling (Penjualan perorangan)

Penjualan perorangan yang dilakukan oleh para wiraniaga yang mencoba dan membujuk untuk melakukan penjualan sekaligus.

c. Sales promotion (Promosi penjualan)

Suatu kegiatan yang dimaksud untuk membantu mendapatkan konsumen yang bersedia membeli produk atau jasa suatu perusahaan.

d. Public relation (Publisitas)

Suatu kegiatan pengiklanan secara tidak langsung dimana produk atau jasa suatu perusahaan disebarluaskan oleh media komunikasi.

G. Aspek Finansial

1. Perhitungan Biaya

Analisis biaya atau finansial digunakan untuk memperhitungkan berapa jumlah dana yang dibutuhkan untuk membangun dan kemudian mengoperasikan kegiatan bisnis. Menurut Sofyan (2004), analisis finansial adalah kegiatan melakukan penilaian dan penentuan satuan rupiah terhadap aspek-aspek yang dianggap layak dari keputusan yang dibuat dalam tahapan analisis usaha. Aspek keuangan digunakan oleh industri khususnya skala rumah tangga untuk menentukan layak atau tidaknya bisnis tersebut dijalankan setelah menelaah semua faktor produksi yang dijalankan.

Secara sederhana dalam bidang perdagangan, biaya adalah sejumlah uang yang dikeluarkan oleh sebuah perusahaan atau perorangan untuk

membuat produk atau jasa. Biaya tersebut menyangkut semua hal yang memiliki nilai seperti biaya produksi, biaya perawatan dan sebagainya. biaya ini akan dijadikan pertimbangan dalam menentukan harga jual produk. Metode perhitungan yang digunakan dalam penelitian ini adalah menentukan biaya produksi, biaya tetap, biaya variabel, biaya penyusutan, Harga Pokok Produksi (HPP), harga jual, biaya produksi, hasil usaha, keuntungan, net R/C ratio dan titik impas (Break Even Point). Penjelasan mengenai metode perhitungan sebagai berikut:

a. Biaya Produksi

Biaya produksi adalah pengeluaran yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk mengubah bahan baku menjadi produk siap jual. Menurut Sutrisno (2009) : biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan dalam mengolah bahan baku sehingga menjadi produk selesai. Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengolahan bahan baku menjadi produk, sedangkan biaya non produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan non produksi, seperti kegiatan pemasaran dan kegiatan administrasi umum.

Biaya produksi membentuk harga pokok produksi, yang digunakan untuk menghitung harga produk yang pada akhir periode yang dalam proses. Biaya non produksi ditambahkan pada harga pokok produksi untuk menghitung total harga pokok produk.

b. Biaya tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap atau biaya tetap sebagai jenis biaya statis dalam ukuran tertentu, biaya tersebut tetap berlaku. Biaya ini akan tetap dikeluarkan meski perusahaan tidak melakukan aktivitas atau produksi atau bahkan ketika melakukan produksi yang banyak sekalipun, termasuk biaya tetap diantaranya adalah gaji karyawan, biaya sewa gedung, serta biaya penyusutan (Hattari, 2020).

c. Biaya Tidak Tetap (*Variable Cost*)

Biaya tidak tetap adalah biaya yang dikeluarkan sesuai dengan jumlah produksi yang sifatnya tidak tetap, bisa berubah sesuai jumlah produksinya. Biaya tidak tetap ini, biasanya meliputi biaya bahan baku, bahan pembantu dan bahan kemasan (Anggalia, 2020). Komponen ini merupakan biaya per unit yang sifatnya dinamis tergantung dari tindakan volume produksinya. Atau dengan kata lain, Biaya Variabel adalah biaya atau pengeluaran yang dapat

berubah apabila jumlah barang dan jasa yang dihasilkannya juga berubah. Contoh biaya ini yaitu biaya bahan baku (Lardiatama, 2020)

d. Biaya penyusutan alat

Semua jenis aktiva tetap akan ada manfaat dan nilai guna dari aktiva tetap semakin berkurang dari waktu ke waktu. Penurunan nilai aktiva tetap disebut dengan penyusutan atau depresiasi. Penyusutan atau depresiasi adalah pengalokasian harga pokok aktiva tetap selama masa penggunaan atau biaya yang dibebankan terhadap produksi akibat penggunaan aktiva tetap itu dalam proses produksi (Harahap, 2002).

Perhitungan suatu penyusutan aktiva tetap perlu memperhatikan masa manfaat dan jumlah yang disusutkan. Masa manfaat diukur dengan periode suatu aktiva yang diharapkan digunakan oleh usaha, sedangkan jumlah yang dapat disusutkan dapat dihilangkan dengan substitusi antara biaya perolehan suatu aktiva dengan biaya dalam laporan keuangan, dikurangi nilai sisanya (Suhikmat dan Novita, 2018). Untuk menghitung penyusutan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Penyusutan} = \frac{HP}{n}$$

Keterangan:

HP = Harga perolehan Aktiva Tetap (Rp)

n = Taksiran Umur Kegunaan

e. Harga Pokok Produksi (HPP)

Harga pokok penjualan (HPP) merupakan harga atau nilai barang yang dijual. Umumnya Cara Menghitung HPP ini ditentukan pada persediaan awal produk ditambah dengan jumlah harga produksi dan dikurangi dengan persediaan akhir produk. Jadi, pada prinsipnya harga pokok penjualan (HPP) adalah jumlah saldo awal persediaan dan harga pokok barang-barang yang dibeli dikurangi jumlah persediaan akhir pada periode tertentu. Harga pokok penjualan (HPP) melibatkan seluruh semua upah baru langsung dan biaya bahan-bahan tambahan, dan biaya-biaya tak diduga lainnya.

Harga Pokok Produksi dan Harga Pokok Penjualan (HPP), sering dianggap sama oleh beberapa pelaku bisnis. Kedua komponen ini berbeda, lantaran Harga Pokok Produksi mencakup biaya yang dibutuhkan untuk sebuah

produksi barang sedangkan harga jual merupakan HPP tersebut yang telah ditambah dengan keuntungan yang diperoleh dari penjualan barang dan jasa.

f. Harga jual

Menurut Kotler dan Amastrong (2011), harga sebagai sejumlah uang yang diminta untuk suatu produk atau jasa. Secara lebih luas dikatakan bahwa harga ialah jumlah semua nilai yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan (benefit). Satuan harga jual per unit barang atau jasa yang telah diproduksi dan siap dijual oleh perusahaan dengan sudah memperhitungkan berapa harga yang bisa ditentukan dengan target mendapatkan keuntungan

g. Perhitungan laba rugi

Pendapatan bersih atau biasa disebut sebagai laba merupakan jumlah penerimaan uang yang didapatkan setelah dikurangi total biaya. Jika jumlah penerimaan uang hasil penjualan lebih kecil dari total biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi, maka akan mengalami kerugian (rugi).

H. Kelayakan Usaha

a. *Break Even Point* (BEP)

Break Even Point juga dikenal sebagai titik impas. Umumnya, titik impas ini merupakan keadaan dimana perusahaan tidak memperoleh keuntungan maupun kerugian dalam menjalankan operasinya. Titik impas merupakan angka kunci yang sangat sering digunakan untuk menilai keberhasilan manajemen perusahaan, yaitu tercapainya target penjualan, guna mencapai keuntungan sebesar-besarnya (Hendrato Setiabudi Nugroho, 2018). BEP dapat diartikan juga sebuah kondisi jumlah pengeluaran yang diperlukan untuk biaya produksi sama dengan jumlah pendapatan yang diterima dari hasil penjualan sehingga perusahaan tidak mengalami laba ataupun rugi (Kusriyanto, 2020).

Break Even Point adalah suatu keadaan dimana perusahaan dalam operasinya tidak memperoleh laba dan juga tidak menderita kerugian atau dengan kata lain total biaya sama dengan total penjualan sehingga tidak ada laba dan tidak ada rugi. Hal ini bisa terjadi apabila perusahaan di dalam operasinya menggunakan biaya tetap dan biaya variabel, dan volume penjualannya hanya cukup menutupi biaya tetap dan biaya variabel (Jayanti dan Hartanti, 2019)

1) BEP Unit

Data jumlah unit produk yang harus dicapai dititik impas. Jika jumlah produksi berada dibawah angka BEP, maka perusahaan akan merugi, sebaliknya jika diatas angka BEP, maka perusahaan untung.

$$BEP = FC / P - VC$$

Keterangan :

BEP : Break Event Point (Titik Impas)

FC : Fixed Cost (Biaya Tetap)

VC : Variable Cost (Biaya Variable)

P : Price per unit (harga per unit)

2) BEP Rupiah

$$BEP = FC : \frac{(1-VC)}{P}$$

Keterangan :

BEP : Break Event Point (Titik Impas)

FC : Fixed Cost (Biaya Tetap)

VC : Variable Cost (Biaya Variable)

b. R/C (Revenue Cost Ratio)

R/C (*Revenue Cost Ratio*) adalah merupakan perbandingan antara total penerimaan dengan total biaya. dengan rumusan sebagai berikut (Suratijah, 2015).

$$R/C = \frac{TR}{TC}$$

Keterangan :

TR : Penerimaan Total

TC : Biaya Total

Dimana total revenue (TR) merupakan besarnya penerimaan yang diperoleh. Total cost (TC) besarnya biaya yang dikeluarkan. Ada tiga kriteria dalam perhitungannya, yaitu:

- a) Apabila $R/C > 1$ artinya usaha tersebut menguntungkan
- b) Apabila $R/C = 1$ artinya usaha tersebut impas
- c) Apabila $R/C < 1$ artinya usaha tersebut rugi

I. Aspek SWOT

1. Definisi SWOT

SWOT adalah metode perencanaan model, strategis, dan pengembangan usaha yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT yaitu *strengths*, *weakness*, *opportunities*, *threat*) (Soerjandari dan Kusumawati, 2016). Analisis SWOT sangat penting perannya dalam meningkatkan suatu perusahaan atau lembaga yang lainnya karena analisis dan gambaran yang diberikan merupakan tolok ukur dalam mengembangkan lembaga lebih lanjut (Irsan dan Budiman, 2018).

2. Tujuan SWOT

Metode analisis SWOT merupakan alat yang tepat untuk menemukan masalah dari 4 (empat) sisi yang berbeda, dimana aplikasinya adalah bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu mengambil keuntungan dari sebuah peluang (*opportunities*) yang ada, kemudian bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mencegah keuntungan, selanjutnya bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu menghadapi ancaman (*threats*) yang ada, dan terakhir adalah bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mampu membuat ancaman (*threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru. Dengan saling berhubungannya 4 faktor tersebut, maka membuat analisis ini memberikan kemudahan untuk mewujudkan visi dan misi suatu perusahaan. Tujuan melakukan analisa SWOT adalah :

- a. Mengetahui keuntungan-keuntungan yang dimiliki oleh perusahaan kompetitor.
- b. Menganalisis prospek suatu perusahaan untuk penjualan, keuntungan, dan pengembangan produk yang dihasilkan.
- c. Menyiapkan suatu perusahaan untuk siap dalam menghadapi permasalahan permasalahan yang terjadi.
- d. Menyiapkan untuk menghadapi adanya kemungkinan dalam perencanaan pengembangan di dalam perusahaan

Selain itu, tujuan dilakukannya analisa SWOT adalah mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal yang terlibat sebagai inputan untuk perancangan.

J. Mutu Organoleptik

Organoleptik merupakan suatu pengujian terhadap bahan makanan berdasarkan tingkat kesukaan dan kemauan responden. Uji organoleptik adalah salah satu cara pengujian dengan indera manusia sebagai alat pengukur daya penerimaan terhadap produk. Menurut Shfali Dhingra, Sudesh Jood (2007) pengujian organoleptik dapat memberikan indikasi kebusukan, kemunduran mutu, dan kerusakan dari sebuah produk, Uji organoleptik memiliki syarat-syarat yang harus ada dalam penelitian seperti sampel, panelis, serta pernyataan responden yang jujur. Menurut Riiky (2013) dalam melakukan penilaian adalah dengan menggunakan indrawi yang terdiri dari menerima bahan, mengenali bahan, mengadakan klarifikasi sifat-sifat bahan, mengingat kembali bahan yang sudah diamati, serta menguraikan kembali sifat indrawi produk. Faktor utama dalam penilaian organoleptik ini adalah warna, bentuk dan ukuran, aroma, tekstur, dan rasa (Melati, 2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi penampilan produk nugget ikan patin dengan substitusi jamur tiram putih diantaranya:

1. Warna

Warna adalah salah satu faktor penentu mutu bahan pangan yang mudah diamati dan dapat menjadi suatu indikasi mutu dari bahan pangan. Penilaian parameter warna dapat diamati secara langsung dengan indera mata. Menurut Nurhadi dan Nurhasanah (2020), menyatakan bahwa sifat organoleptik warna merupakan salah satu aspek fisik yang dinilai dahulu dalam penentuan mutu suatu produk.

2. Aroma

Aroma adalah salah satu parameter mutu organoleptik yang dapat diukur dengan cara subyektif yaitu dengan penciuman. Aroma adalah bau yang ditimbulkan oleh rangsangan kimia yang tercium oleh syaraf-syaraf olfaktori yang berada dalam rongga hidung ketika makanan masuk ke dalam mulut (Winarno, 2004).

3. Rasa

Rasa merupakan kriteria penting dalam menilai suatu produk pangan yang banyak melibatkan indra pengecap yaitu lidah, rasa sangat dipengaruhi oleh senyawa kimia, suhu, konsistensi dan interaksi dengan komponen

penyusun makanan seperti protein, lemak, vitamin dan banyak komponen lainnya (Winarno, 2004).

4. Tekstur

Tekstur merupakan salah satu sifat yang penting dalam penentuan mutu pangan. Tekstur makanan dapat dinilai dengan indra peraba baik tangan maupun didalam mulut. Dalam penilaian parameter rasa lebih melibatkan panca indra lidah.

K. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan konsep yang terkait erat dengan jenis perilaku pada tahap pasca pembelian atau konsumsi. Rasa puas atau tidak puas terhadap konsumsi suatu produk atau merek adalah hasil evaluasi alternatif pasca konsumsi atau evaluasi alternatif tahap kedua (Sumarwan, 2004). Kepuasan akan mendorong konsumen untuk mengulang perilaku pembelian/konsumsi; dan bila tidak puas akan menimbulkan kekecewaan yang justru menghentikan mengulang perilaku pembelian atau konsumsi.

Menurut Kotler (1997), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap kinerja suatu produk dengan harapan yang dimiliki. Dari beberapa uraian definisi mengenai kepuasan, maka secara umum kepuasan dapat diartikan sebagai suatu perbandingan antara layanan atau hasil yang diterima konsumen dengan harapan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan suatu hal yang penting demi mempertahankan keberadaan konsumen untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha. Layanan yang diberikan kepada konsumen akan memacu puas tidaknya seorang konsumen atas pelayanan yang diberikan. Beberapa perusahaan telah lama menyadari bahwa produk yang hebat tidaklah cukup untuk menarik pelanggan atau yang lebih penting lagi membuat para pelanggan kembali membeli produk itu.